

שיטת אחד על אחד לבניית אתרים \ גרסה 1.4.7

השיטה היחידה שמבטיחה "לא אהבת - לא שילמת" לעסקים בינוניים!

תוכן העניינים:

[רקע - במקום הקדמה](#)

[האתגר](#)

[הפתרון](#)

[מה צריך לעשות לפני שחווים את שיטת "אחד על אחד"?](#)

[מה יצא לך משיטת "אחד על אחד"?](#)

[איזה אתר תקבל בסיום התהליך?](#)

[איך השיטה פותחה? קצת היסטוריה...](#)

[נספח א' - התחייבות "לא אהבת - לא שילמת"!](#)

[נספח ב' - מחקר איכותני](#)

רקע - במקום הקדמה

ניתן להצביע על 2 גישות בסיסיות לבניית אתרים הרווחות כיום. הגישה הראשונה הנה של שגר ושכח בעוד הגישה השנייה הנה של מעורבות אישית עמוקה המחויבת להצלחה.

יזמי שיטת אחד על אחד פועלים בתחום האינטרנט משנת 2007 באופן רשמי והתנסו בפרויקטים גדולים כקטנים ממגוון סוגי לקוחות וטכנולוגיות לאורך השנים. לאור הניסיון הרב שהם צברו נלקחה החלטה לאמץ את הגישה השנייה באופן חד משמעי תוך כדי התבדלות מהמתחרים בשוק ולפתח שיטה ייחודית למען תוצאות מצוינות ולא פחות מכך.

שיטת אחד על אחד הנה שיטת עבודה שפותחה מניסיון ויכולות אישיות המובילה לתוצאה מצוינת ללא תירוצים כל פעם מחדש.

כשיטה, אנו מתחייבים להקדיש יותר זמן מכל חברה אחרת ללקוח, הזמן שאנו משקיעים בלקוח מנותב לחלקים חשובים כגון, אפיון הפרויקט, יצירת סט פתרונות ייעודים ללקוח, הדרכת הלקוח, כולל ושינויים של הרגע האחרון.

האתגר

מחקרים אחרונים בתחום מראים שאחוזי שביעות רצון הלקוחות בשוק בניית האתרים הנם מהנמוכים ביותר בהשוואה לתחומים אחרים בארץ ובעולם. ניתן למנות סיבות רבות לדבר זה וביניהם:

1. קושי משמעותי בתיאום ציפיות.
2. עצם הגדרת השירות "בניית אתרים" הנו כשירות ולא כמוצר מדף. מסיבה זו אין טעם להשוות מחירים בין ספקים שונים בתחום ולו מהסיבה שכמעט בלתי אפשרי לאדם מן הישוב אשר אינו בקי במכמני התחום לשפוט בעניין. תמיד כדאי לקחת כדוגמה תחום אחר שבו אתה כן מתמצא היטב ולהיווכח עד כמה מורכבים הדברים ושאינו מקום למי שהוא לא מקצוען אמתי.

3. העובדה שלכאורה מאוד קל לספק שירותים בתחום עקב הימצאותם של פלטפורמות פיתוח\מודולים מוכנים ושאר כלים שמזרזים את התהליך. דבר זה אף גורם לרבים לבנות אתרים וביניהם ילדים או מבוגרים חסרי ניסיון מקצועי.
4. רבים בתחום הנם פרילנסרים ואף עובדים מהבית דבר אשר יוצר חסר משמעותי בכתובת שאליה ניתן לפנות במקרה של תקלה או סתם שאלה. הניסיון מוכיח שהכיסים של פרילנסר הרבה פחות עמוקים מאשר של חברה מסודרת דבר אשר נצרך מאוד יחד עם כמויות נדיבות של סבלנות במקרה שמשו עולה על שרטון - רק באמצעות שיטת אחד על אחד תבטיח שתמיד תקבל שירות טוב וגם אם הפרויקט לוקח יותר זמן ממה שהספק תכנן.
5. באמתחתנו מחקר שנערך בשיטה מדעית (2012) המציג נתון עובדתי של יותר מ 95% שבועות רצון בקרב לקוחות אשר בנו אתר באמצעות השיטה לעומת אחוזים נמוכים הרבה יותר בלעדיה. (ניתן לקבל רשימת טלפונים של לקוחות אקראיים לשמיעה מכלי ראשון...)

הפתרון:

שיטת אחד על אחד לבניית אתרים. השיטה היחידה* שמבטיחה "לא אהבת - לא שילמת" בהתחייבות חוזית!
*לעסקים בינוניים

מה צריך לעשות לפני שחווים את שיטת "אחד על אחד"?

1. ראשית כל ולפני הכל, להעיף מבט בתיק העבודות שלנו. לא תעזור שום שיטה אם חסרים ידע או ניסיון מקצועיים. אנו גאים במה שעשינו עד כה ובטוחים שלקוחותינו משמשים לנו כשגרירים נאמנים.
2. לשוחח עם איזי וינגרטן או עם אחד מנציגי שיטת אחד על אחד 10 דקות בטלפון שיחת ייעוץ ללא התחייבות.
3. להתרשם שהאיש לא מעוניין למכור לנו בכל מחיר מתוך אמונה ש: "לכל זמן, ועת לכל חפץ תחת השמים" (קהלת ג') - מה שמגיע הולך למי שמגיע...
4. לחוש את מה שרבים מרגישים: הבחור גם אוהב לסייע לאנשים ואפילו שהם לא עומדים לקנות ממנו משהו.
5. לקבל (ללא תשלום) עצה אחת או שתיים מאיזי בנוגע לאתר קיים או לחילופין, לקבל פתרון לתקלה כל שהיא ובדרך אגב לשיחה הטלפונית. השיטה אומרת שבכל מקרה שאפשר לעזור טלפונית - עוזרים! ולא מנסים 'לדחוף' פתרונות או מוצרים שאין ללקוח צורך בהם. לאחר שתחוהו פעם אחת סיטואציה שכזו תוכל להבין טוב יותר את מהות השיטה.

הערה: לא חייבים להגיע מוכנים מראש עם ידע קודם לשיחת הייעוץ. יש לאיזי הרבה סבלנות להבין היטב את הצרכים ואז לנתח יחדיו את הנושא תוך כדי הסברים מקיפים והענקת מושגים בתחום בניית האתרים.

מה יצא לך משיטת "אחד על אחד"?

1. ראשית כל, שיטת אחד על אחד הינה האפשרות היחידה בישראל כיום לקבלת התחייבות חוזית של "לא אהבת - לא שילמת" לעסקים בינוניים (עוד על התחייבות זו בנספח המצורף).
2. תעבור את תהליך של בניית האתר עם ביטחון מלא והרגשה טובה ש "אפשר לסמוך עליהם".
3. תקבל רקע כללי והבנה טובה יותר על סביבת העבודה, מחירים מקובלים בשוק (גם אצל המתחרים), אפשרויות טכנולוגיות שונות, טרנדים אחרונים בתחום בניית אתרים ועוד.
4. נקודת המפגש בין המטרה העסקית שלך לבין הטכנולוגיה תהיה לך יותר ברורה (במקרה ועדיין היא לא).
5. תדע טוב יותר מה באמת נצרך לך בשלב זה ומה לא כל כך בוער - הקצאת המשאבים לדברים החשובים באמת מתוך הבנה שבדרך כלל אנו שואפים ליותר ממה שמסגרת התקציב שלנו מאפשרת.
6. תקבל רעיונות ושיטות איך לבצע את הפרויקט לפי הדרישות הקיימות אצלך אך בפחות כסף (תוך שמירה על רמת גימור מקסימלית).
7. אתה הוא זה שתציג את דרישותיך ואנו נפתח עבורך את מה שאתה צריך באמת. ללא שיטת "אחד על אחד" ומתוך היכרות רבת השנים עם השוק אנו יכולים לומר בוודאות שזה לא יהיה המצב וכפי שאישיות בכירה בתעשייה פעם התוודתה: "המטרה שלי בפגישתי עם הלקוח היא להסיט את תשומת ליבו מצרכיו כפי שהוא רואה אותם ולכוון לעבר רכיבים או שיטות ביצוע שאני מסוגל/מעוניין/זול לי לתת לו" (!).
8. תגיע לקו הגמר של הפרויקט עם "יותר נוצות שלמות" ועם כל דרישותיך כשהן ממומשות על הצד היותר טוב.
9. לא תבזבז זמן יקר על ויכוחים "מה כלול" ומה לא בהצעת המחיר לאחר תחילת הפרויקט. השיטה אומרת שמרגע היציאה לדרך אסור על WGN Media לומר "זה לא כלול" או "על זה לא דיברנו" על שום בקשה שסוכמה מראש.
10. האתר אותו תבנה בשיטת "אחד על אחד" יהיה האחרון שתצטרך לבנות. זו תהיה התחנה האחרונה שלך ולא תמצא את עצמך במצב של "צריך לבנות את הכל מהתחלה" בשונה מחברות אחרות אשר לא מיישמות את השיטה. (כמובן שאחת לכמה שנים מומלץ לבצע 'מתיחת פנים' רצינית יותר).
11. תוכל להיכנס לפרויקט של בניית אתר תוך תחושה וראיה ברורה של האופק ו"איך הפרויקט יסתיים" ובתאריך ידוע מראש מה שלא קורה בהרבה מקרים של אתרים שלא נבנים באמצעות השיטה.
12. תוכל להינות מ'דביקות במחיר' אמיתית ברמה שטרם הכרת! המחיר נשאר אצלנו קבוע מתחילת התהליך ועד לסיומו בלי ניסיונות לייקור או הוצאת כספים נוספים בתואנות שונות ומשונות.
13. אנו מאמינים בפתיחות ובשקיפות. אנו לא אוהבים לקחת על אחסון האתר סכומים מופרזים ולתת מתנות. אצלנו הלקוח משלם על כל מוצר בנפרד מחיר שוק אמיתי ללא קונצים. הניסיון מראה שכשחברה מתחילה עם קונצים - פעם הדבר לטובתך ופעמים שלא...
14. אנו מתחייבים לנהל בקרת גרסאות על הקוד של האתר. המשמעות המידית בשבילנו היא 30% יותר זמן פיתוח (!) ובשבילך: יציבות בתהליך הפיתוח וגם אפשרות לתחזוקה עתידית בצורה מקצועית וללא השבתה של האתר לפרקי זמן "לצורכי תחזוקה".

איזה אתר תקבל בסיום התהליך?

1. אתר בקוד פתוח - אתה הבעלים של הכל: הקוד, בסיס הנתונים וכל מה שצריך בכדי לא להרגיש תקועים ומחויבים לחברה זו או אחרת.
2. כתוצאה מכך תהיה פתוח לתחרות שוק חופשי לחלוטין במידה ותהיה מעוניין בעתיד לשדרג את האתר בשונה מחברות אחרות אשר משתמשות בקוד סגור/קנייני. חשוב לציין שגם במקרה שהחברות כן נותנות את הקוד בסיום הפיתוח הבעיה עדיין קיימת מהסיבה הפשוטה שאף מתכנת לא אוהב להיכנס לנעליים של מתכנת אחר מה שגורם ברוב המקרים לקשיים ולייקור (עד כדי הפיכת המעבר לבלתי אפשרי). רק שיטת "אחד על אחד" מבטיחה את הגמישות הרצויה בגלל מספר סיבות שביניהם ניתן למנות:
 1. שימוש בקוד פתוח.
 2. שימוש ב"דרופל" המוכרת כסטנדרט בתעשייה.
 3. פיתוח ע"פ סטנדרטים מקובלים בקרב מתכנתי "דרופל".
- לסיכום הנושא, אנו דואגים לכך שתוכל לפנות למתחרים שלנו בכל שלב ושלא נוכל לכבול אותך ועקב כך לדרוש מחירים גבוהים עקב חסר בתחרות חופשית.
3. תקבל אתר מודולרי לחלוטין שתוכל להרחיבו ללא הגבלה כמעט בכל שלב ללא הצורך ב"לבנות את הכל מהתחלה".
4. אתר הבנוי על מערכת ניהול התוכן Drupal הידועה באיכותה, באמינותה, בידידותה למשתמש, בתחכומה ובפונקציונליות הכמעט אין סופית שניתן להוסיף עליה בצורה מודולרית ויעילה. נכון להיום ישנם בקהילה המונה מעל 786,775 חברים מ- 222 מדינות הדוברים 181 שפות מעל 15,000 מודולים הניתנים להתקנה חופשית וללא תשלום דבר המאפשר להרחיב את האתר בצורה אין סופית בשלבים מדודים ותוך כדי הגעת הצרכים.
5. על הקודים שלנו עברו עשרות אלפי מתכנתים בעולם! ולא חמישה או עשרה. כך מושג הקידום האופטימלי במנועי החיפוש ועוד.
6. אנו לא מוכרים לך 'רישיון תוכנה' כזה או אחר - קרי, החזר השקעה על פיתוח שנעשה על ידינו בעבר ולו מהסיבה שאנו משתמשים בקוד פתוח. במילים אחרות, אנו מנוטים את כל תקציב הפרויקט למקומות שבהם באמת חייבים אותם (ואנחנו לא מגדלים כבשה במטרה לסרוג סוודר. אנו פשוט קונים את הצמר בחנות...)
7. מערכת ניהול מלאה על כל תכני האתר ללא צורך בתשלום עבור שינויים באופן שוטף.
8. אתר אינטואיטיבי אשר "מדבר" עם הגולשים. אנו מקפידים מאוד לשלב על המסך אלמנטים אשר תפקידם לספק משוב לגולש בעת מעבר עכבר, הקלקות, מילוי טפסים ועוד. אנו מזהים לא מעט אנשים שנהנים לעבור עם העכבר על גבי המסך רק בכדי לראות מה עוד יוזם שם בהתאם לתנועותיהם :-)
9. אתר מאובטח ברמה גבוהה. הנתונים העובדתיים מראים שאתרי "דרופל" נפרצים פחות ובפרט האתרים שפותחו אצלנו (בהשוואה למערכות ניהול תוכן אחרות כ"וורדפרס" ו"ג'ומלה").

אז איך השיטה עובדת?

להלן מבנה התהליך שבו תעבור במסגרת שיטת "אחד על אחד". חלק מהתהליך ילווה ע"י מוכשר לשיטה מטעם החברה וחלק (בעיקר צמתיים בעלי חשיבות) יעברו ע"י מנכ"ל החברה איזי וינגרטן (**צבוע בסגול**).

1. שיחת גישוש ראשונית עם איזי וקבלת רשימת שאלות לבירור עם עצמך/האחראי על הפרויקט בארגון.
2. תהליך הבשלה עצמי עם הכוונה קצרה נוספת בת 5 דקות מאיזי לאחר 3 ימים.

- החלטה על מסגרת תקציבית (חשוב מאוד!) לאחר השגת תיאום בין הרצוי לבין המצוי תוך תיאום ציפיות מאיפיון האתר.
4. הגעה לפגישה ראשונה (ללא התחייבות) לצורך החלטה על מפרט האתר הסופי תוך בדיקה מעמיקה מה באמת נצרך ומה מיותר (שמירה על התקציב לדברים החשובים באמת).
 5. הסקת המסקנות ותיאום הציפיות לפני הגשת האיפיון הסופי על ידי הלקוח.
 6. הוצאת הצעת מחיר לפי האיפיון שהוגש ע"י הלקוח.
 7. אישור ההצעה והזמנת עבודה (על בסיס התחייבות חוזית של "לא אהבת - לא שילמת"!).
 8. שיחת היכרות עם מנהל פרויקטים, הצבת יעדים ותחילת עבודת העיצוב.
 9. קבלת סקיצות מהמעצבת עד לשביעות רצון.
 10. החלטה על התקדמות בהמשך התהליך. **כאן תוכל לבטל את העסקה** באם לא תהיה מרוצה מהעיצוב!
 11. קבלת גישה לדוגמת אתר בפיתוח ועדכונים שוטפים.
 12. **הצגת גרסה ראשונית וקבלת משוב.**
 13. הצגת גרסה סופית והעלאה לאוויר.
 14. המשך מתן תמיכה לתקופת ההרצה.
 15. יציאה לדרך עצמאית ללא צורך באיש מקצוע לניהול האתר באופן שוטף.

איך השיטה פותחה? קצת היסטוריה...

איזי וינגרטן, מייסד שיטת "אחד על אחד" נכנס לעסקי בניית האתרים בשנת 2007 כבעל מקצוע יחיד. עם השנים הוא בנה עשרות אתרים ללקוחות גדולים כקטנים ולמד על בשרו את המשמעות של לקוח לא מרוצה ב-2 מקרים מצערים שעבר עם לקוחותיו.

בסופו של תהליך ולאחר מאמץ רב הצליח איזי לפצות את 2 הלקוחות ולהפוך את הקערה על פיה. תהליך זה דרש משאבים מרובים - מנטליים וכספיים ולימדו אותו שיעור חשוב והכרחי.

איזי החליט ליישם את הלקחים ולהרחיבם ללקוחות אחרים אשר שמחו לקבל שירות טוב יותר. עם הזמן השיטה הלכה והתפתחה עד אשר הגיע למכלול השלם שבה היא נמצאת היום עם יותר מ-25 כללים ברורים המאורגנים בצורה שיטתית.

השיטה עוברת ביקורת מידי 6 חודשים ומונפק דו"ח פנימי המצביע על הליקויים והדברים הניתנים לשיפור אשר מיושמים במהלך ששת החודשים הבאים וחוזר חלילה.

נספח א' - התחייבות "לא אהבת - לא שילמת"!

מסמך זה מרחיב את הרעיון שעומד מאחורי האפשרות שלנו להתחייב בפניך על "לא אהבת - לא שילמת" ומכיל שאלות נפוצות שאנו נשאלים.

1. מה הקאץ' שמאחורי הדברים?

אין שום קאץ'. הסיפור אמיתי לחלוטין ונתמך בהיגיון ברור כפי המפורט להלן.

2. האם אתם החברה היחידה המבטיחה "לא אהבת - לא שילמת" כיום במדינת ישראל?

לא. ישנם עוד מספר חברות מצומצם שמבטיחים "לא אהבת - לא שילמת" אך כולם מיועדות לאתרים קטנטנים וזולים בעלות של אלפי שקלים בודדים ומיועדים בעיקר למגזר העסקים הזעירים. אנחנו החברה היחידה שמבטיחה "לא אהבת - לא שילמת" בהתחייבות חזית לעסקים בינוניים.

3. איך אתם לא מפחדים להתחייב חזית על דבר שכזה? הרי מדובר באתרים מורכבים שעלותם אינה מבוטלת ואתם יכולים למצוא את עצמכם בנוזקים רציניים?

ראשית כל, אנחנו מאמינים שברוב המוחלט של המקרים נוכל להשביע את רצון לקוחותינו זאת עקב הרמה הגובה של המעצבים העובדים בחברתנו. שנית, האחוזים הזניחים שכן יבקשו לבטל את העסקה שווים לנו ונלקחים בחשבון במודל העסקי. אנחנו מאמינים שדבר זה טוב מאוד ללקוחותינו ואף לנו!

4. האם אני נדרש לאיזה שהוא תשלום בתחילת התהליך או שאני אשלם לכם רק לאחר שביעות רצוני?

כן. התהליך דורש חתימה על חוזה רגיל ותשלום מקדמה אך במקרה של חוסר שביעות רצון המקדמה תוחזר במלואה וללא צורך במתן שום הסבר מצד הלקוח.

5. מה אחוזי שביעות הרצון נכון להיות מצד לקוחותיכם? כמה כבר ממשו עד היום את האפשרות של "לא אהבת - לא שילמת" וביטלו את העסקה?

נכון להיום אחוזי שביעות הרצון מתקרבים ל- 95% דבר אשר מאושש על ידי המחקר האיכותני המצורף. זו אחת הסיבות שבגינה אנו יכולים להעניק התחייבות חזית של "לא אהבת - לא שילמת".



שיווק מדעי

המחקר הגדול
לעסקים

Web: www.שיווקמדעי.co.il / Blog: www.jconline.co.il

מחקר איכותני לחברת WGN

wgnmedia[®]

בוצע ונערך

שיווק מדעי

2012

נשאלו 6 מתוך רשימה של 11
כולם ממרכז הארץ וירושלים
ממוצע גיל – 38



מימוש השירות:

בסיום השירות שהזמנת, האם התממש רצונך? (פירוט)

תשובה
1. אחרי הרבה אכזבות הגענו ל – WGN וגילנו יחס אנושי מאוד . זמינות גבוהה בכל מצב כולל תקלות. קבלנו שרות מעולה גם טלפונית . גם שרות טלפוני בשעות לילה מאוחרות . רמת המקצועיות גבוהה מאוד. רמת מקצועיות גבוהה בהשוואה לאחרים בהם נתקלתי. יש להם הרבה ניסיון. בכל שאלה שפנינו קבלנו תשובות מלאות. פותרים כל בעיה שאי פעם נתקלתי בה. מלאים רצון טוב למלא את רצון הלקוח בצורה המושלמת ביותר. מאוד נעים לעבוד איתם. יש להם הרבה סבלנות. יש קבלה מלאה לכסף ששילמנו
2. אין לי תלונות. אני עדין בתהליך. הפרויקט לא הסתיים. עד עכשיו אני מאוד מרוצה ממה שקבלנו. אני מקבל תשובות והרבה ידע מקצועי . סבלנות והקשבה .
3. מאוד שבע רצון. הם מקבלים ציון גבוה ביותר. שרות – זמינות מיידי ויחס מדי לכל פניה שלי כולל טלפונית. ואם לא פנוי כרגע לשיחה הם חוזרים אלי ללא תזכורת נוספת מצדי. תשובות מסודרות ומפורטות . מערכת קבלת ההודעות האוטומטית עובדת בצורה מסודרת ויפה. יש להם איכות גבוהה. עזרה והכוונה מה להכניס שיתאים לצרכים שלי. קבלתי את האתר מושלם בזמן סביר מאוד לשעתי . הגישה הכללית שלהם מאוד מנומסת ואנושית.
4. הקשר שלי עם החברה הפך אישי ומקצועי בזמן בצורה יוצאת דופן. הם הבינו מהר מאוד מה אני צריך והתאימו לי אתר מושלם. כל זמן הבניה של האתר היה בנינו קשר מסודר ויעיל. היחס שלהם מצוין והם מאוד מקצועיים. הם יודעים לשאול את השאלות הנכונות שכיוונו אותי לקבלת החלטה ויודעים לתת תשובות מלאות ומפורטות לכל שאלה שיש לי. עמידה במילה ובלוח הזמנים . גמישות ונגישות. אני מאוד מרוצה.
5. במקרה שלי שדרגו לי אתר קיים. באו לקראתי מאוד, בלי בקורת על האתר כפי שהוא היה. יש להם הרבה ידע וניסיון והם גם מאוד יצירתיים. יחס נהדר . סבלנים וידידותיים .
6. רק בהתחלה. בנתיים נראה ונשמע בסדר גמור. אני חושב שהם מקצועיים מאוד ומאוד נחמדים. היחס אישי ומשפחתי. בנתיים עומדים בכל מילה שלהם .

מימוש השירות הנו ברמה הגבוהה ביותר.
השירות הנו כמסומן בצבע הצהוב, מבחינת הלקוחות.



מחירים:

איך המחירים שלנו?

1. סבירים מאוד.
2. המחירים בסדר גמור
3. לא הכי זולים. הם לא מנסים לקנות לקוח במחיר זול ומוצר רע אלא מתאימים עצמם בצורה מכובדת לצדדים.
4. המחירים מותאמים למוצר הסופי. מחירים סבירים בהשוואה למוצר
5. בסדר המחירים
6. קבלתי מהם הצעה אטרקטיבית לא יודע אם זולה אך לי היא מתאימה

גורמי משיכה:

מה משך אותך לרכוש שירות אצלנו ?

תשובה
1. חוסר שביעות הרצון שלנו מהחברה הקודמת איתה עבדנו. חפשנו חברה אחרת והגענו אליהם דרך המלצה. פגישת ההכרות מקצועית ואנושית. הרגשנו טוב ונעים, ההפך מהספק הקודם.
2. בדיקה מעמיקה שלנו עליהם ומשובים חמים כתוצאה מהבדיקה.
3. אני מגיע מעולם התוכנה – ההרגשה שהם מבינים על מה הם מדברים, תחושה טובה ועניינית. שפת תקשורת מקצועית מאוד. המקצועיות והמחיר האטרקטיבי הם העיקר שמשכו אותי. וגם יש להם מגוון אפשרויות של תקציבים.
4. המקצועיות והאמינות שהם נתנו לי להרגיש בפגישה הראשונה שלי איתם
5. פגישת הכרות מפיקה ונעימה. הצעה טובה גם כספית וגם מקצועית.
6. נראה לי שהתחושה שאפשר לסמוך על המילה שלהם.

נראה כי גורמי המשיכה הנם:

1. חוסר שביעות רצון מחברות אחרות – AFTER MARKET.
2. הרגשה טובה, תקשורת עניינית ומקצועית, תחושת אמון
3. הצעת ערך טובה (VALUE)



ערכים ותפיסות כלליות, מה מייצג:

אילו אסוציאציות עולות בי כאשר אני חושב על המותג WGN?

1. מקום בטוח. הרגשה בטוחה.
2. יצירתיות וגמישות. התאמה אישית.
3. בית, אנושיות.
4. נעים לי
5. אמון ובטחון
6. לא יודע

חלק מהערכים אכן תואמים את העסק ואת הנתונים כפי שמופעים במחקר.
הערכים המוזכרים אכן משקפים את חווית הלקוח בהתאמה למצב הקיים של העסק.

השוואות למותגים אחרים:

במה שונה WGN ממותגים אחרים בתחום לדעתך?

1. שרות אמיתי ויעיל. עמידה בזמנים. מקבלים מענה בכל צורך. יש מתאם בין המילים למעשים ולטובה. כבוד אמיתי והתייחסות אמיתית ללקוח.
2. היחס האישי. מקצועיות ויצירתיות. זה שהחברה קטנה – תחושה משפחתית. עובדים בהתאמה אישית לכל לקוח.
3. תחושה שיש על מי לסמוך. הכרות אישית עם כל לקוח תחושת בית.
4. לא מכיר אחרים הם מצוינים מאוד. תחושה נעימה ומקצועית. סבלנות והתאמה אישית לי
5. גמישות ויעילות, יושר. מקצועיות והעיקר תחושת משפחתיות
6. לא יודע ממש להגיד בנתיים



אנא פרטי את שמות המותגים/חברות אליהם את משווה את המותג – WGN (נשמח לקבל השוואה גם ברמה הארצית)

1. רוב אלו שהכרנו נופלות בהמון מהם אז אין לי מקור להשוואה.
2. כל האחרים עליהם שמעתי או הכרתי התחושה אצלם תעשייתית מידי. כאן העובדה שהחברה קטנה עובדת לי מצוין.
3. כל מה שהכרתי קודם אלו חברות גדולות חסרות גמישות ויחס אישי. אני לא יודע להשוות אליהם אף אחת הם טובים מאוד נקודה.
4. לא מכיר.
5. יש עוד חברה קטנה ששמעתי עליה לא זוכר את השם שגם היחס אישי ומקצועי מאוד
6. לא יודע

משיכת, עוצמת המותג:

האם את ממליצה עלינו לחברים ?

1. למי שאני יכולה אני מספרת וממליצה בחום.
2. כרגע כן ו מקווה שגם לאחר מכן כשאסיים את האתר אמשיך להמליץ
3. כן ממליץ כבר ואמשיך להמליץ
4. כן בטח
5. כן אמליץ
6. נראה לי שכן

כלל הלקוחות ממליצים על העסק!

שיפורים כללים:

באיזה תחום אנו צריכים להשתפר ?

1. לא אין צורך. יש שם הכול עבורנו.



Web: www.שיווקמדעי.co.il / Blog: www.jconline.co.il

2. בשלב בו אני נמצא אני לא יודע להגיד אם יש משהו.
3. עד כה, זה האתר השני שאני בונה אצלם, לא היה משהו שבקשתי או הייתי צריך ולא קבלתי. כך שאין משהו שחסר לי אצלם.
4. שישמרו על הרמה שלהם
5. לא יודע אם נדרש שיפור
6. לא יודע

אין אבחנות בנושא.

שיפורים ספציפיים:

אילו שיפורים היית מעוניינת לראות אצלנו באופן גורף?

1. אין לנו שום טענה ואו משהו הדורש שיפור. השירות מלא ומצוין. עמידה במילה שלהם. אחריות אישית גבוהה. יש להם שאיפה למושלמות כלפי הלקוח. גם העניין הגרפיקה של האתר, ישבנו איתנו בסבלנות כמה שנדרש עד שהגענו לתוצאה רצויה. חשבנו יצירתי והציעו מה באמת נכון וכדאי. פשוט אין מילים.
2. עדין לא יודע להגיד.
3. אני לא רואה משהו שדורש שיפור.
4. עבורי זה בסדר גמור
5. אין משהו שאני חושב עליו.
6. לא יודע בנתיים

אין אבחנות בנושא.

האם תוכל לפרט את הסיבות שבחרת בנו ולא באחרים?

1. הרגשנו שזה מקום מקצועי מאוד ידידותי. מאוד נגיש. היחס המהיר והאדיב. התייחסות לפרטי פרטים של הצרכים שלנו.
2. תחושה והיחס האישי.



3. היחס האישי והמקצועי.
4. הרגשה טובה ומקצועית
5. התאמה אישית לצרכים שלי בלי לנסות לדחוף לי את מה שהם חושבים . הצעות יעילות לאתר שלי
6. נגישות וזמינות יחס אישי

מה חשבת על תהליך המכירה שלנו?

1. כל התהליך היה מהיר ויעיל. הסכמנו על הפרטים , בפגישה השנייה קבלנו הצעת מחיר וחתמנו עליה. יעילות ואנושיות. התחשבות בצרכים של הלקוח והתאמה אישית.
2. לא יודע לענות.
3. גמישות וסבלנות ללא ניסיון להלחץ בלסגור עסקה. תהליך נפלא ומקצועי. ובעיקר מותאם למבנה האופי שלי. המון הבנה והתחשבות. וגם לא מעט מידע על מנת לקבל החלטה מידע שיכול היה לעלות כסף נתנו בשמחה ללא תשלום.
4. הסבירו איך הם עובדים ונתנו תשובות מלאות לכל שאלה שלי, יחס אישי וטוב בלי לחץ. מאוד אהבתי את דרך התקשורת שלהם איתי.
5. לא הרגשתי מכירה הרגשתי יחס של חבר. נעים מאוד הכל
6. שיחה נעימה ומסבירה את הכל בצורה שנתנה לי תחושה שאפשר לסמוך עליהם

תהליך המכירה מאופיין ששני ממדים חשובים להצלחתו:

1. יכולת להתחבר ללקוח ברמה אישית, ליצור אמון אישי על ידי סובלנות ומקצועיות
2. יצירת ערך ללקוח –הלקוח מרגיש כי יש תמורה בעד התשלום שלו.

האם היה חסר לך מידע בתהליך קבלת ההחלטה שלך?

1. לא
2. לא
3. לא
4. לא
5. לא
6. לא



מחשבות כלליות של הסוקרת:

1. הלקוחה היא מלכ"ר. השיחה התנהלה עם מזכירת העמותה שהיא אשת הקשר מול WGN. היתה לבבית מאוד ושבעת רצון בצורה מושלמת לדעתה. שתפה פעולה ברצון רב. היתה כנה ופתוחה.
2. לקוח ענייני וחביב. שמח לשתף פעולה אם כי היה קשה למצוא איתו זמן פנוי למחקר. שבע רצון למרות שעדיין לא סיימו את המחקר. היה קצר וכנה.
3. לקוח מאוד שבע רצון שידוע ומבין בתחום. ענה בצורה מלאה ומסודרת על השאלות היה מאוד פתוח וכנה.
4. לקוח כנה ושבע רצון. שיתף פעולה בשמחה.
5. מבחינת הלקוח הזה החברה משמעותית לו. הוא מאוד שמח שהכיר אותם והוא מרגיש בן בית שם. היה כנה ופתוח אם כי לחוץ בזמן.
6. לקוח שלא מכיר יותר מידי מה ואיך, הגיע אליהם לא מזמן בינתיים מרוצה. היה ענייני ונתן תשובות קצרות

כאשר הלקוחות עונים בסובלנות יש להקיש על קשר אישי ומעורבות טובה אל מול העסק.